



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

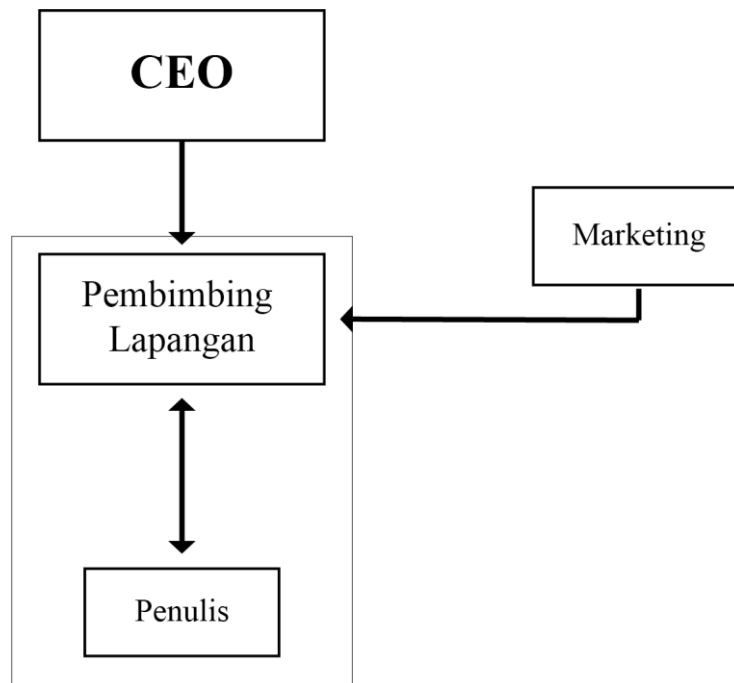
#### **3.1. Kedudukan dan Koordinasi**

##### **3.1.1. Kedudukan**

Penulis diberi tugas di German Camp Centre sebagai *Graphic Designer*, yang juga menangani pekerjaan pada bidang ini seperti *Videographer*, *Video Editor*, dan *Photographer*. Dalam posisi ini, untuk keperluan maupun kelengkapan konten media sosial German Camp Centre, Divisi ini adalah *Digital Comm. & Graphic Design*, dibawah pengawasan Javan Aghtian Dwiasputra. Penulis sebagai peserta *internship*, penulis dibutuhkan untuk melakukan *brainstorming* untuk merancang konsep desain *Instagram* maupun kebutuhan *marketing tools* German Camp Centre. Penulis akan merancang desain konten dari *Instagram* milik German Camp Centre, yang akan dibina juga oleh pembimbing pengurus lapangan. Pada pembuatan desain konten *Instagram* ini yang akan di *upload* harian.

##### **3.1.2. Koordinasi**

Pada proses koordinasi ini, terdapat alur yang menggambarkan penulis melakukan komunikasi dengan pembimbing lapangan. Diawali dengan Pembimbing lapangan melakukan *briefing* dengan CEO mengenai proyek apa yang akan dilakukan untuk 1 bulan kedepan. Setelah itu *briefing* CEO dengan pembimbing lapangan selesai, pembimbing lapangan akan menerima seluruh data proyek yang akan disampaikan ke penulis. Pembimbing lapangan juga menerima proyek terutama kebutuhan *marketing tools* dari divisi *Marketing*. Keduanya akan dirangkum oleh pembimbingan lapangan dan akan disampaikan ke penulis.



Gambar 3.1. Alur Kerja

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama praktik kerja magang berlangsung, pembimbing lapangan akan memberikan dan membagikan jadwal tugas kepada penulis dan rekan kerja magang penulis Michael Jonathan. Penulis mengerjakan beberapa tugas yang berhubungan dengan perancangan *marketing tools*, dan pembuatan konten di media sosial berupa *instagram*, dan keperluan perusahaan lainnya. Berikut ini merupakan tabel yang berisi berbagai proyek yang penulis kerjakan per minggu di German Camp Centre.

Tabel 3.1. Detail Pengerjaan Selama Proses Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1-8	<i>Briefing</i> konten media sosial untuk <i>Instagram</i> dan desain <i>marketing tools</i> German Camp Centre	Pada minggu awal <i>Briefing</i> dalam menentukan konsep desain untuk perancangan konten media sosial berupa <i>Instagram</i> , dan juga perancangan desain <i>marketing tools</i> untuk kebutuhan divisi <i>marketing</i> . di

			setiap desain harus terdapat logo German Camp centre. Pembimbing lapangan akan memberikan dan membagi jadwal tugas yang akan diberikan kepada penulis dan rekan kerja magang penulis yaitu Michael Joanathan.
2	2	Konten untuk <i>Instagram</i> , buat foto dan video siswa/I German Camp Centre	Penulis diminta untuk dokumentasi siswa/i German Camp Centre, pada sesi ini penulis menjadi <i>Photographer</i> dan <i>Videographer</i> dalam menangkap momen siswa/I German Camp Centre, kumpulan video maupun foto akan diakhiri dengan proses <i>editing</i> dan di <i>publish</i> ke <i>Instagram</i> dan <i>youtube</i> .
3	3	<i>Design Graphic Content</i>	Dalam minggu ketiga penulis diminta untuk membuat <i>layout</i> pada desain sosial media maupun <i>marketing tools</i> untuk German Camp Centre.
4	4	<i>Review Content</i>	Penulis diminta pembimbing lapangan untuk mengulas kembali struktur konten yang ada di <i>Instagram</i> , bila ada kekurangan dalam desain yang diinginkan oleh penulis. Penulis diminta untuk memperindah <i>layout</i> dan desain pada konten <i>Instagram</i> .
5	5	Dokumentasi kegiatan	Penulis diminta untuk menjadi <i>Videographer</i> dan <i>Photographer</i> untuk mendokumentasikan momen siswa/I

			German Camp Centre pada saat melakukan aktivitas sehari-hari.
6	6	Desain untuk <i>marketing tools</i>	Pada kebutuhan <i>marketing tools</i> ini penulis diminta untuk membuat desain kebutuhan divisi <i>marketing</i> .
7	7	Membuat dokumentasi kegiatan kampus	Penulis diminta membuat video kegiatan kampus yang ada di Indonesia dan membandingkan dengan kegiatan kampus yang ada di Jerman, dalam proses <i>editing</i> dan finalisasi video di <i>publish</i> di <i>Instagram</i> dan <i>youtube</i> .
8	8	Konten	Pembuatan konten baru, dan konsep baru untuk cover <i>Instagram</i> . Untuk <i>layout</i> maupun tema desain dibuat dengan konsep baru.

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menerima posisi jabatan pelatihan kerja magang sebagai *Videographer*, *Photographer*, yang terutama yaitu *Graphic Designer*. Untuk desain *marketing tools* dan konten *Instagram* penulis menggunakan aplikasi desain berupa Adobe Illustrator dan adobe photoshop, dan tahap *editing* video penulis menggunakan aplikasi desain adobe premiere, finalisasi pada tahap video ini di *render* dan setelah selesai, video akan di *publish* ke sosial media berupa *Instagram* dan *Youtube* milik German Camp Centre.

### 3.3.1. Merancang desain *marketing tools* German Camp Centre

#### a. ID Card



Gambar 3.2. *ID Card GCC*

*ID card* ini dibuat oleh penulis untuk pegawai German Camp Centre sebagai tanda kartu pengenalan di perusahaan ini. Fungsi dari pembuatan *ID card* ini sebagai alat pencatatan dan juga absensi, dengan tanda kartu pengenalan ini dapat mengetahui secara tegas antara karyawan dan non karyawan anggota atau non anggota untuk menjaga keamanan, dan hal yang tidak diinginkan.

**b. Brosur**



*Gambar 3.3. Brosur Open House GCC*

Brosur German Camp Centre ini dibuat oleh penulis untuk kebutuhan divisi *marketing*. Brosur akan dipakai untuk penerimaan siswa/i German Camp Centre yang juga akan ada seminar dari perusahaan ini untuk kehadiran Orang tua murid dan calon siswa/i German Camp Centre.

### c. Banner



Gambar 3.4. Banner Seminar Akbar GCC

*Banner* dibuat oleh penulis untuk acara seminar German Camp Centre. dalam seminar ini CEO akan menjelaskan visi misi dari perusahaan German Camp Centre ini, dan menjelaskan bagaimana prosedur dan kegiatan yang akan dilakukan oleh calon siswa/i German Camp Centre. Untuk Banner ini berukuran 1x2 meter.



#### d. Paper Bag



Gambar 3.5. *Paper bag GCC*

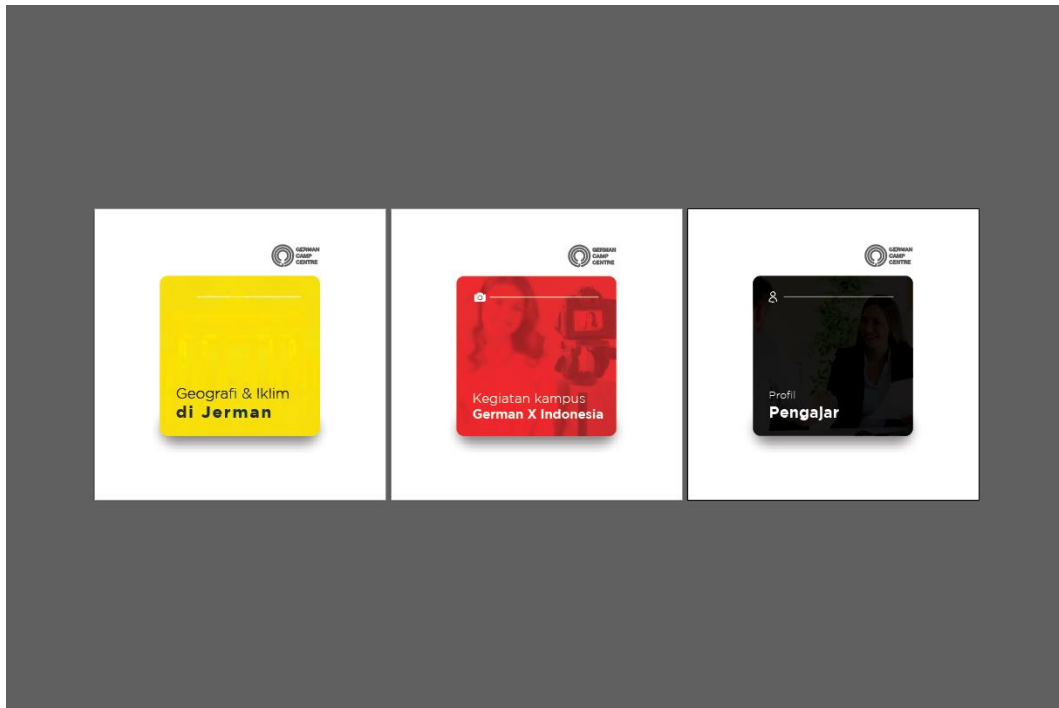
*Paper bag* ini dibuat untuk *merchandise* untuk acara seminar dari German Camp centre. *Paper bag* akan diberikan kepada seluruh peserta seminar German Camp centre.

### 3.3.2. Merancang desain konten *Instagram* German Camp Centre

#### a. Merancang *Cover* dan isi konten dalam *Instagram*

Penulis diminta untuk membuat desain cover utama untuk Instagram *German Camp Centre*. Dalam cover ini penulis hanya diminta untuk mengganti desain dari setiap cover dengan isi konten yang baru setiap tugas bulanan yang sudah di *briefing* dan diberikan jadwal tugas oleh pembimbing lapangan. Isi konten yang sudah di *briefing* akan di realisasikan lewat aplikasi dari komputer yaitu adobe illustrator. Dari segi warna menggunakan warna hitam, kuning, merah yang melambangkan warna negara bendera Jerman. Konsep warna ini sudah di *briefing* bersama

pembimbing lapangan, untuk memakai warna yang berkaitan dengan bendera maupun negara Jerman.



Gambar 3.6. *Layout Konten Instagram GCC*

Penulis melakukan *brainstorming* pada pembuatan *cover Instagram* German Camp Centre ini juga tidak lepas dari berbagai referensi seperti *google, pinterest, behance*, dll. Untuk finalisasi desain, penulis melakukan *brainstorming* dan merancang desain manual berupa gambar sketsa dan membuat proses desain di digital, kemudian desain akan diberikan ke pembimbing lapangan, dan setelah disetujui oleh pembimbing lapangan desain konten akan di *upload* ke *instagram*,



R : 35  
G : 31  
B : 32



R : 255  
G : 242  
B : 0



R : 237  
G : 28  
B : 36

Gambar 3.7. Color Chart

Pada awalan cover dibuat dengan berbeda warna setiap 1 hari nya. Hari pertama menggunakan warna hitam, kemudian warna merah, dan terakhir berwarna kuning. Struktur pada *feed Instagram* German Camp Centre ini dibuat dengan melakukan *swipe* pada halaman berikutnya. Untuk waktu *upload* sekitar jam 15.00 hingga 16.00, pada waktu *upload* ini target kepada orang-orang yang ingin melihat *Instagram* dari akun German Camp centre ini, terutama kepada *followers* German Camp Centre, dimana banyak orang-orang yang melepas rasa lelah dan *refreshing* dengan bermain gadget.

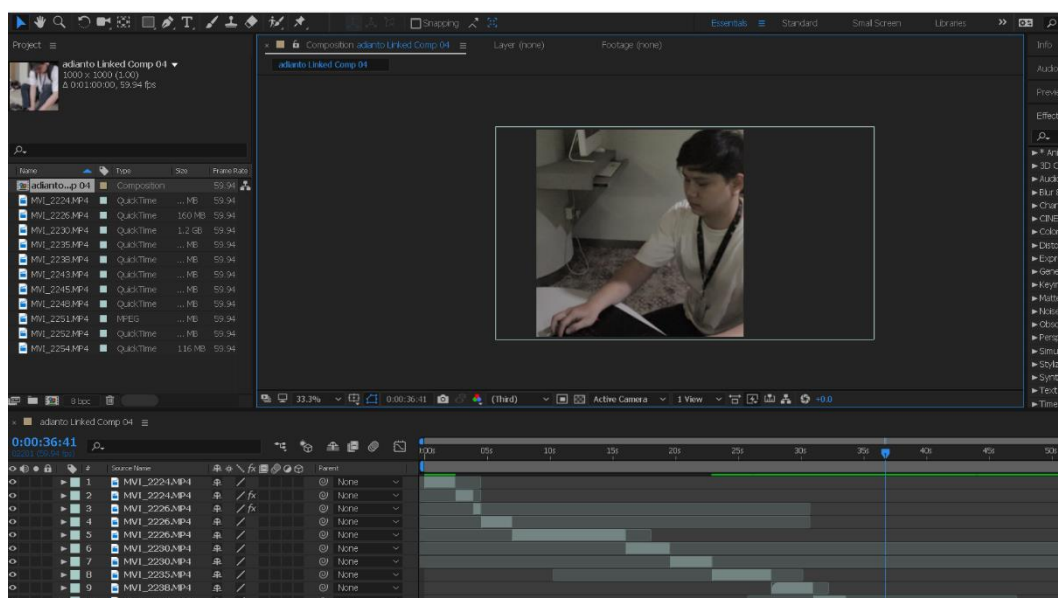


Gambar 3.8. Cover dan Isi Konten Instagram GCC

### b. Merancang konten German x Indonesia

Pada kali ini, penulis diberi kesempatan untuk mengerjakan video yang mengangkat tema perbandingan kegiatan mahasiswa yang berada di Jerman dan Indonesia. Tahap ini melakukan dimana penulis harus membuat *storyboard* untuk melaksanakan proses *shooting*. Untuk cuplikan video mahasiswa Jerman sudah diberikan oleh pembimbing lapangan dan sudah diberi arahan untuk menunjukkan suasana kegiatan kampus di Jerman. *Talent* yang menjadi cuplikan video Jerman merupakan alumni dari German Camp Centre, penulis diminta untuk memotong dan melaraskan cuplikan video kegiatan kampus di Jerman. Untuk kegiatan kampus di Indonesia penulis melakukan *briefing* dengan pembimbing lapangan, membicarakan alur cerita untuk proses *shooting* kegiatan kampus di Indonesia. Penulis memberikan *storyboard* kepada pembimbing lapangan, setelah setuju mulai untuk mencari *talent*, lokasi *shooting*.

Penulis sudah menentukan lokasi *shooting* dan *talent* sudah dapat, penulis melaksanakan proses *shooting* dari pagi hingga sore hari. Penulis dengan perlengkapan kamera Canon M6 dengan lensa Sigma 18-250mm 1:3.5-6.3 Macro HSM dan Canon EF Lens 50mm 1:1.8. STM milik kantor German Camp Centre, yang diharapkan mampu untuk mengambil kualitas gambar yang bagus.



Gambar 3.9. Tahap Rendering Vlog German x Indonesia



Gambar 3.10. Hasil upload Vlog German x Indonesia di Instagram

Semua alur cerita dari awal sampai akhir di potong bagian terpenting oleh penulis menggunakan Adobe premiere pro. Tiap *scene* dan *footage* video kegiatan kampus di Indonesia, disambung dan dilaraskan dengan video kegiatan kampus di Jerman, awal video dan akhir video diberi animasi logo German Camp Centre. Untuk memperindah *cinematic* dari video ini ditambahkan dengan *color grading*, agar mengkoreksi kecerahan warna pada video.

Tahap terakhir yaitu *rendering*, tahap ini cukup memakan banyak waktu karena proses finalisasi *editing video*. Format pada tahap akhir video ini berupa .mp4 yang merupakan standar video yang digunakan untuk *Youtube* dan *Instagram*.

### 3.1.3. Solusi Atas Kendala yang ditemukan

Kendala yang ditemukan penulis dapat membenahi untuk kedepannya. Asset sketsa *storyboard* untuk proses *shooting*, dan juga penyimpanan file dan asset di *google drive* agar tidak terjadi sesuatu yang tidak diinginkan.

Penulis ketika terjadi *miscommunication*, penulis mencoba untuk memberikan desain dalam waktu yang berdekatan, dan meminta ke pembimbing lapangan untuk mengubah konsep desain yang dibuat, begitu juga dengan *deadline*, penulis mengatasi dengan secara perlahan mengerjakan dari asset-asset yang sudah

dibuat dari awal *briefing* dengan pembimbing lapangan, dan sudah memiliki beberapa referensi yang dimiliki oleh penulis.